

Сергей Бардин

Роль SMM в продвижении бизнеса



ЛитРес: Самиздат
Москва

УДК 004.738.5
ББК 65.29
Б24

Бардин С. А.

Роль SMM в продвижении бизнеса / Бардин С. А. —
Москва: ЛитРес: Самиздат, 2021. — 42 с.

ISBN 978-5-532-99028-9

SMM для бизнеса заключается в продвижении продукта в социальных сетях, в анализе существующего рынка, формировании правильных и чётких целей продвижения, разработки действенной техники, планирования имеющегося бюджета, а также контроле за продвижением продукта, услуги либо бренда. В целом, это является комплексной работой, которая включает в себя, также, изучение имеющихся конкурентов, постановку сроков и результатов поставленных работ и взаимодействия с потенциальной целевой аудиторией, а также создания контент-стратегии и графика публикаций.

ISBN 978-5-532-99028-9

© Бардин С. А., текст, 2021
© Omiko Trading LTD., оформление, 2021

Содержание

Действительно ли мне нужны социальные сети?	6
SMM продвижение: создаем свою стратегию с нуля	7
Какова роль SMM в продвижении бизнеса?	8
7 типов стратегий продвижения в социальных сетях	9
Увеличьте трафик с помощью контент-маркетинга	10
Исследование социальных сетей	12
Общайтесь со своей аудиторией в интернете	13
Работа с влиятельными лицами для повышения узнаваемости бренда	15
Используйте бесплатные купоны на продажу и рекламные акции для увеличения продаж	16
Предлагайте возвраты и скидки, чтобы клиенты были довольны	17
Создание программ лояльности клиентов и вознаграждений для повышения удовлетворенности клиентов	18
10 распространенных ошибок маркетинга в социальных сетях	19
Реклама в социальных сетях: получите максимальную отдачу от любой сети в 2021 году	23
3 элемента успешной рекламной стратегии в социальных сетях	24
Обзор кампании	25
Целевая аудитория	26
Бюджет кампании и метрика	27
Советы по рекламе в социальных сетях	28
Социальные медиа-платформы	29
6 лучших рекламных платформ в социальных сетях	30

Facebook	31
Статистика Пользователей Facebook	32
Типы рекламы на Facebook	33
Instagram	34
Статистика пользователей Instagram	35
Twitter	36
Статистика пользователей Twitter	37
Pinterest	38
Статистика пользователей Pinterest	39
TikTok	40
Статистика пользователей TikTok	41
Заключение	42

В современном бизнесе доминируют клиенты и их требования. Люди предпочитают видеть отзывы о товаре, который собираются купить в результатах выдачи Google, Яндекс или посетить веб-сайт производителя перед покупкой продукта. Чтобы бизнес развивался, нужно взаимодействовать с клиентами и знать, что они думают о вашем бренде. Вы должны быть активным в соответствующих сообществах и взаимодействовать, влиять на массы. SMM необходимо для того, чтобы охватить более широкую клиентскую базу и расширить свой бизнес.

Действительно ли мне нужны социальные сети?

Социальные медиа – это то, где находится ваша целевая аудитория. Люди всех возрастов, интересов и социально-экономических статусов используют самые разные платформы в интернете для общения. Каждый популярный ресурс имеет больший охват, чем все телевизионные каналы вместе взятые.

Несомненно, телевидение, радио по-прежнему актуальны. Однако в какой-то момент рекламы стало так много, что люди перестали быть восприимчивы к ней. Наш разум научился отфильтровывать ненужную информацию, но маркетинг в социальных сетях не похож на простую рекламу. Вся идея социальных профилей разных компании заключается в том, чтобы быть информационным и развлекательным каналом, а не рекламным. И этот способ все еще работает для брендов, которые хотят, чтобы их бизнес был успешным.

Если все сделано правильно, маркетинг в социальных сетях создает доверие и лояльность клиентов, разрушая вредное для бизнеса ощущение, что он является «корпорацией», «системой», которая создана только для того, чтобы получать деньги. Социальные сети показывают, что в компании работают реальные люди.

Социальные медиа – это, по сути, сарафанное радио. Люди не слушают бренды, люди слушают друзей. Поэтому, когда они видят, что приятелю на Facebook понравилась страница компании, они более склонны верить, что фирма действительно продает хорошие продукты.

SMM продвижение: создаем свою стратегию с нуля

Стратегия продвижения является ключевой для позиционирования вашего бренда на рынке, чтобы люди знали о продуктах или услугах, которые вы предлагаете, и о том, как они могут извлечь выгоду, выбрав вас.

Она определяется планом и тактикой, которые вы применяете в своем продвижении для увеличения спроса на ваш продукт или услугу. SMM-стратегия играет жизненно важную роль в маркетинге (продукт, цена, размещение и продвижение), и она нацелена на:

Целевую аудиторию. Для кого вы продаете, и каковы их интересы.

Бюджет. Сколько вы готовы вложить в продвижение.

План действий. Какую стратегию вы используете, чтобы достичь своих целей и увеличить продажи.

Какова роль SMM в продвижении бизнеса?

SMM стратегия позволяет:

Повысить осведомленность. Начните знакомить свою целевую аудиторию с вашим брендом. Чтобы увеличить продажи, вы должны сначала определить профиль людей, которых вы хотите охватить.

Заинтересовать людей. Как только вы представите свой продукт/услугу, заинтересуйте людей, выделяя ваш бренд среди конкурентов.

Создать спрос на продукт/услугу. На этом этапе люди начнут более лояльно относиться к вашему продукту/услуге, видя то, что он может принести им пользу.

Заставить их действовать. Создайте способ взаимодействия вашей целевой аудитории с вашим продуктом/услугой. Разместите кнопку призыва к действию на своем веб-сайте, электронной почте, рекламе, профилях в социальных сетях и заинтересуйте их своим предложением.

7 типов стратегий продвижения в социальных сетях

Пришло время поговорить о некоторых из лучших и наиболее эффективных стратегий SMM-маркетинга, которые превратят вашу аудиторию в лояльных клиентов.

Увеличьте трафик с помощью контент-маркетинга

Контент-маркетинг – это одна из ключевых маркетинговых стратегий, которая может помочь вам донести свой бренд до аудитории. Стратегия контент-маркетинга – это определение беспроблемной ситуации. Ваша аудитория узнает, как решать конкретные проблемы, пока вы генерируете Лиды и увеличиваете продажи.

Допустим, вы являетесь компанией, которая продает шины, и вы начинаете вести блог о важности выбора правильных шин, когда их менять и так далее. Этот тип контента поможет вам начать взаимодействовать с клиентами, делая ваш бренд хорошим кандидатом для их следующей покупки шин. Конечно, контент-маркетинг – это больше, чем просто контент. Процесс начинается с создания цифрового контента и сопровождается продвижением, измерением и постоянной оптимизацией.

Вот несколько типов маркетинга цифрового контента, которые вы можете изучить:

Публикации блога. Распространенная, но мощная форма SMM-маркетинга, посты в блогах помогают вам продвигать контент, включать информацию о продукте или услуге, или просто обучать вашу аудиторию теме из вашей ниши.

Статьи – это идеальный способ повысить рейтинг профиля и увеличить позиции ваших целевых страниц бесплатно.

Инфографика – это отличная форма визуализации между изображениями и данными. Она привлекательна и легка для понимания, так как построена на основе короткого текста, цифр, данных и графики.

Видео. В настоящее время онлайн-видеомаркетинг стимулирует большую вовлеченность. Люди часто хотят научиться чему-то быстро. Согласно статистике 96% людей смотрели видео компании, чтобы узнать больше о продукте или услуге. Для таких ситуаций полезно иметь информативные видеоролики, подготовленные